



*Modul Materi - Scanning DNA Bisnis Untuk
Muhammadiyah Yang Berkemajuan-Business
Model Canvas*



**DAGANG ITU...
BUKAN SOAL BAKAT
TAPI SOAL MENTAL**

Mental bahwa dagang tak selalu laku
Mental bahwa dagang tak selalu mulus
Mental bahwa dagang Kadang sepi
pembeli
Mental bahwa dagang kadang
menghadapi kerugian

Seni berdagang tetap indah,
Saat laku deras se deras air hujan, atau
saat sepi kering se kering kerontang.

Tetap jalani bagaimanapun Allah
menentukan takdir-Nya



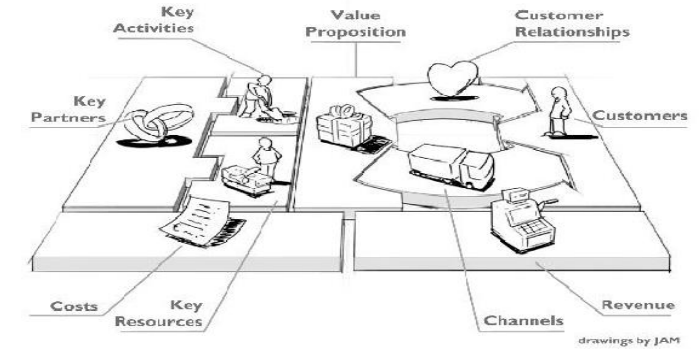
Banyak orang
yang menderita
hidupnya karena
"gengsi" ...





Mengapa Kita memilih Model Bisnis Kanvas?

Model Bisnis = Strategi Bisnis??



Berdasarkan tulisan Magretta (2002) yang dimuat dalam majalah bisnis Harvard Business Review dijelaskan bahwa :

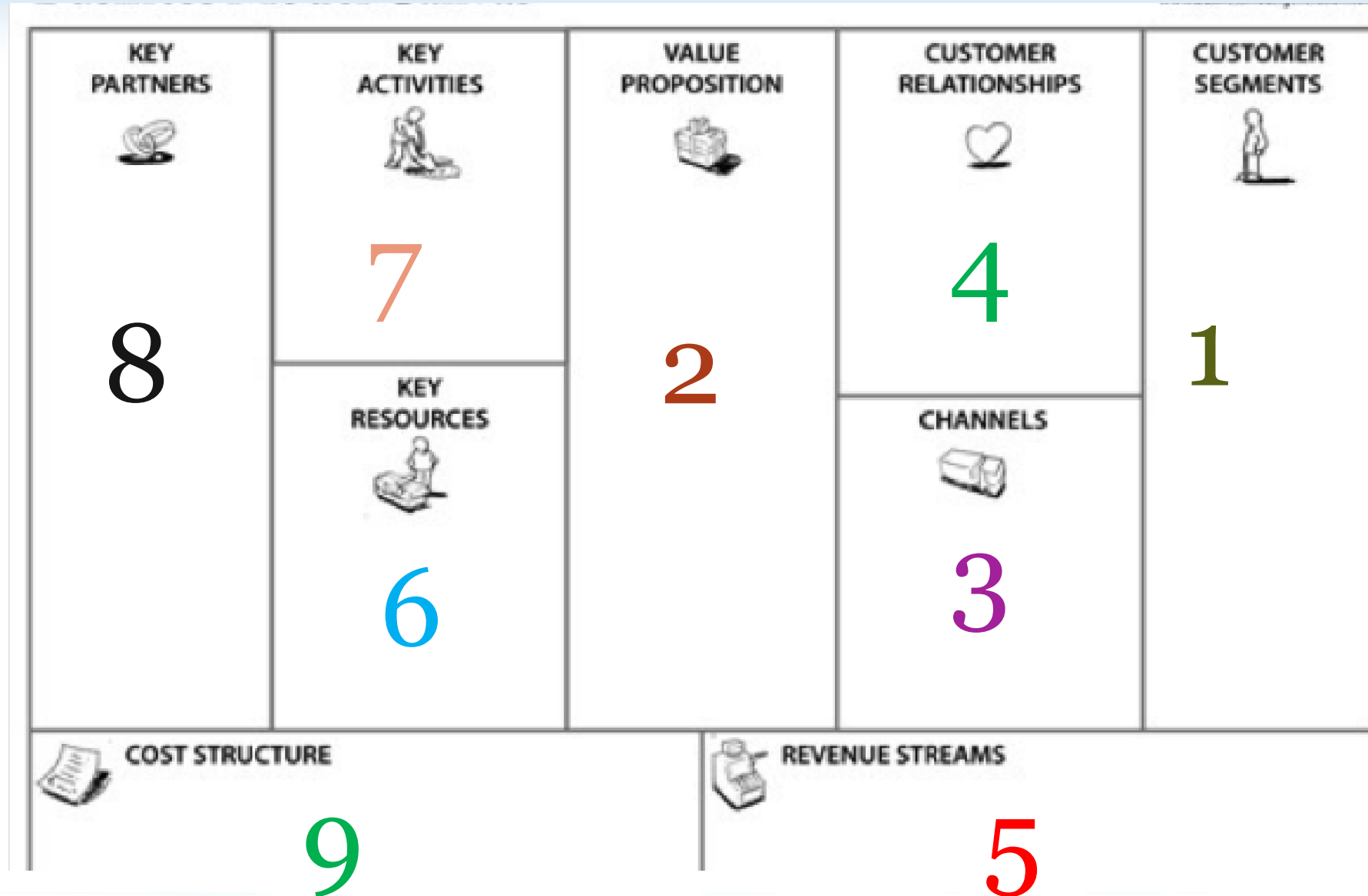
Model bisnis dibuat untuk memudahkan/ membantu para pemilik perush/organisasi serta profesionalnya menggagas bisnis ditingkat abstrak & kemudian mengujinya ditingkat nyata.

Setelah itu, strategi bisnis disusun untuk membuat perusahaan berbeda secara strategis terhadap pesaing-pesaingnya.

BUKTI BISNIS



BUSINESS MODEL CANVAS





CUSTOMER SEGMENTS

Adalah pihak yang **MENGGUNAKAN/ MEMBELI** barang (produk)/ jasa dari perusahaan/ organisasi kita

Atau

Pihak yang **BERKONTRIBUSI** dalam memberikan income kepada perusahaan/ organisasi kita.



Catatan :

Customer disini tidak hanya customer yang mendatangkan keuntungan secara langsung, tapi bisa juga CS yang merupakan pihak pendukung peningkatan pemasukan.





Value Proposition S

Berisi mengenai solusi atau keunggulan yang ditawarkan oleh produk kita.

Tidak cukup hanya berbeda, unik atau murah tapi benar-benar yang harus dibutuhkan oleh CS kita.



Contoh :

Supermarket Online

CS :

Perempuan Karier Midle-Up

- YP:
1. *Harga Sama dengan di Retail Besar*
 2. *Gratis Ongkos Kirim*
 3. *Melayani pembayaran non-Tunai*
 4. *Barang tidak sesuai diganti maksimal 1 jam setelah pengiriman pertama.*
 5. *Voucher belanja gratis*





CHANNEL S

Bagaimana cara
perusahaan
menyampaikan VP kepada
CS

Channels ini
meningkatkan kedekatan
perusahaan/ Org dengan
Customer. Memudahkan
Pembelian, Purnajual,
Kedekatan emosi dsb



Contoh :

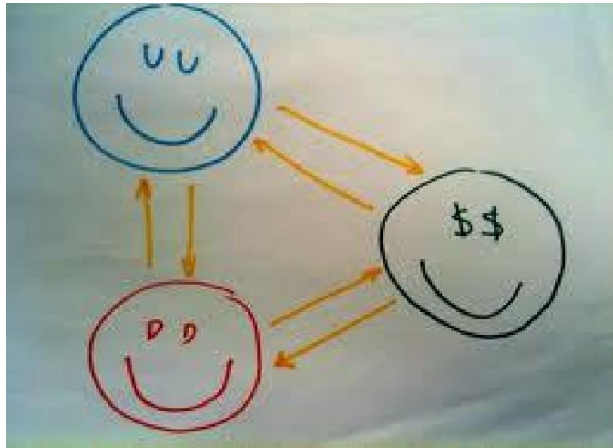
APPLE

Untuk menjual produknya :

*Outlet Resmi : I-Store (Kota2
besar didunia)*

*Outlet Handphone bebas
(Hingga ke kota2 kecil di
dunia)*





CUSTOMER RELATIONSHIP

Merupakan usaha yang dilakukan oleh Perusahaan atau Organisasi untuk membina hubungan baik dengan Customer.

- Loyalitas
- Perluasan market
- Promo



Contoh :

Garuda Indonesia

CR:

GFF → Blue, Silver, Gold dan Platinum





Revenue Streams

Menggambarkan dari mana saja pemasukan/ income perusahaan/ organisasi datang.

Pendapatan bisa datang, tidak hanya dari main activities.



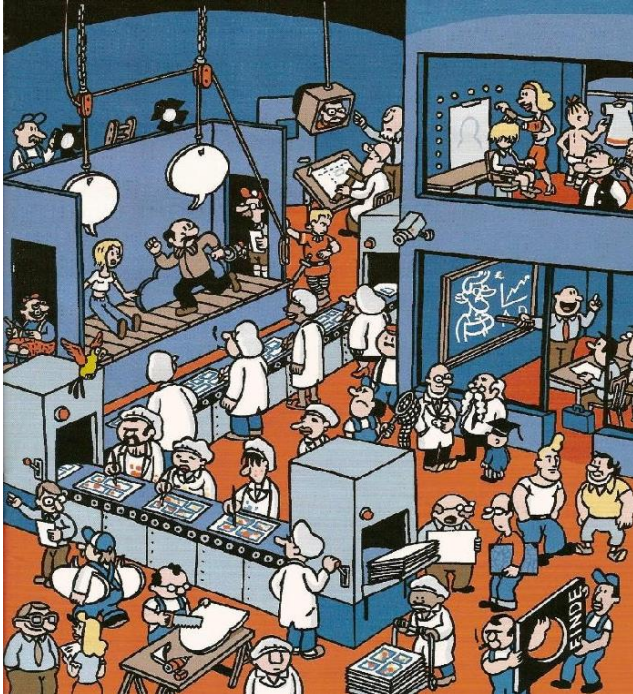
Contoh :

I-Phone

Pendapatan tidak hanya dari Penjualan perangkat smartphone tersebut tetapi juga melalui:

- *Penjualan suku cadang*
- *Pelayanan Service*
- *Penjualan aplikasi*
- *Penjualan i-tunes*





KEY RESOURCES

Menggambarkan
asset-asset
terpenting yang
dimiliki
perusahaan atau
organisasi untuk
menghasilkan VP
yang ditawarkan.

Contoh :

*Aset-asset yang dimiliki
perusahaan Kopi :*

- *SDM*
- *Mesin*
- *Perkebunan*
- *Pabrik*
- *Kendaraan*

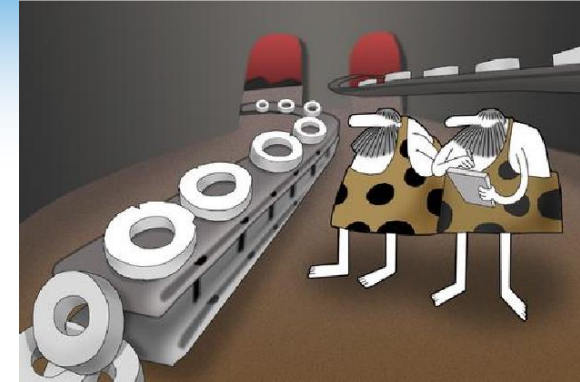
dsb





KEY ACTIVITIES

Kegiatan-kegiatan kunci yang menunjang keberhasilan perusahaan/ organisasi mewujudkan VP



Contoh :

*Perusahaan Jasa
Pariwisata (Travel
Agent)*

- *Jasa Layanan
Pariwisata*
- *Jasa antar jemput
wisatawan*
- *Jasa Ticketing dan
booking hotel*
- *Promosi*





KEY PARTNER SHIP

Mitra kerjasama
dalam
pengoperasian
perusahaan
atau organisasi.



Contoh :

Perusahaan Garmen :

Untuk mengirimkan produk mereka baik ke outlet maupun konsumen, mereka membutuhkan jasa pengangkutan.

Maka jasa pengangkutan disini merupakan key partner bagi perusahaan tersebut.





COST STRUCTUR E

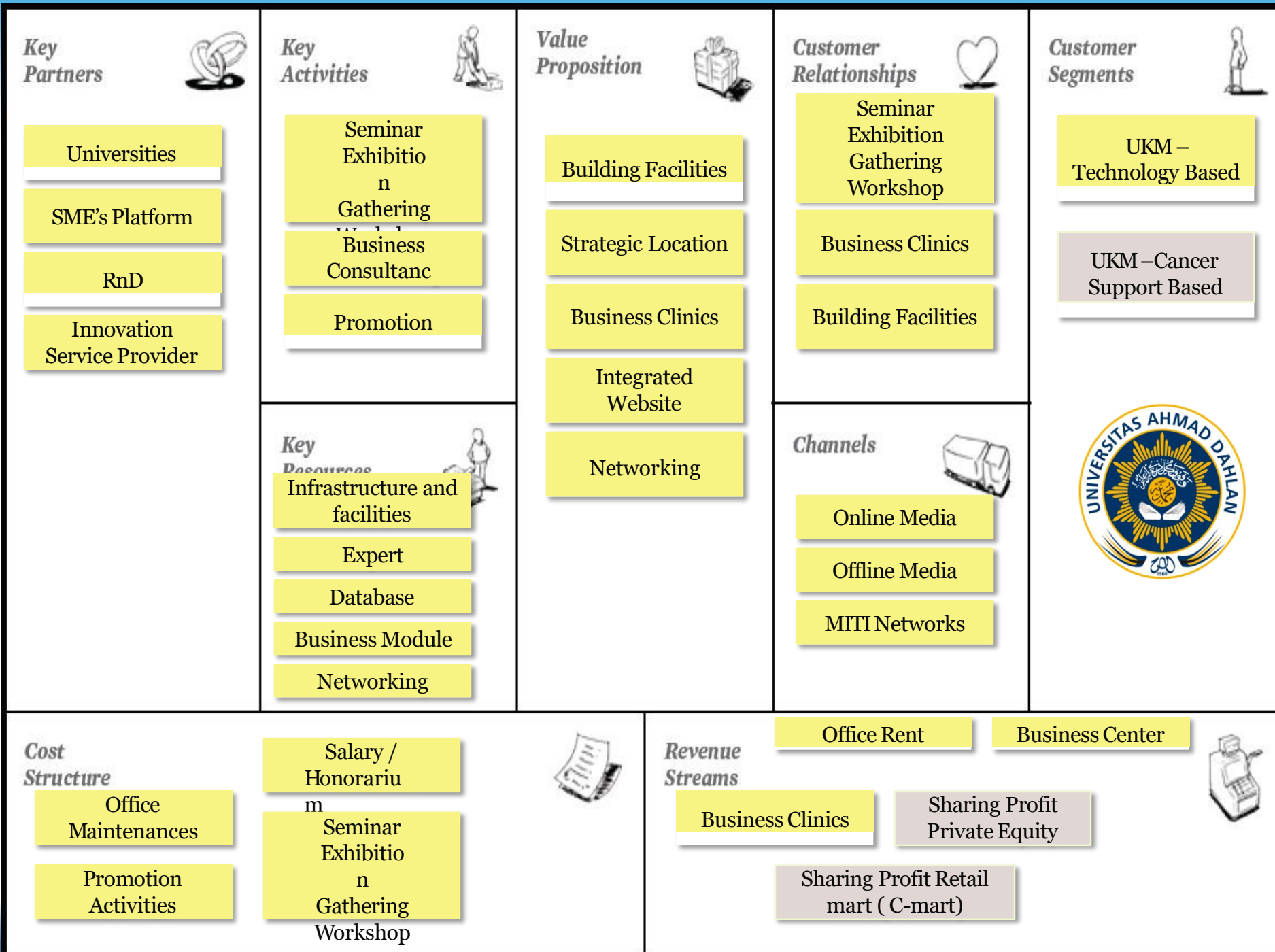
Semua biaya yang muncul atau dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis ini.



Contoh :

- *Gaji Pegawai*
- *Operasional*
- *Riset*
- *Promosi*
- *Branding*
- *dsb*





Contoh Bisnis Model Canvas Bisnis Makanan

- ❖ BMC dari rencana bisnis wirausaha sosial Strawberry24. Usaha Strawberry24 bertujuan untuk memproduksi makanan sehat berbahan dasar buah strawberry segar. Berikut model bisnis canvasnya.





KEY PARTNERS

- Petani strawberry
- Middle man (pengepul) strawberry
- Pemilik toko oleh-oleh di kota Bandung

KEY ACTIVITIES

- Membeli hasil panen strawberry dari petani
- Mengolah strawberry segar menjadi produk olahan

KEY RESOURCES

- Lahan tani strawberry
- Alat pengolahan standar makanan

VALUE

PROPOSITIONS

- Strawberry24 sebagai produsen camilan sehat berbahan dasar buah strawberry segar
- Meningkatkan daya saing produk oleh-oleh khas Bandung

COSTUMER

RELATIONSHIPS

- Diskon dan promo ke toko oleh-oleh
- Program giveaway

CHANNELS

- Ecommerce
- Media social
- Toko oleh-oleh

COSTUMER

SEGMENTS

- Anak-anak
- Wisatawan lokal
- Pecinta makanan sehat
- Restoran dan cafe

COST STRUCTURE

- Bahan baku dan buah strawberry segar
- Gaji pegawai
- Proses pengolahan produk
- Biaya marketing
- Biaya kemasan dan packaging

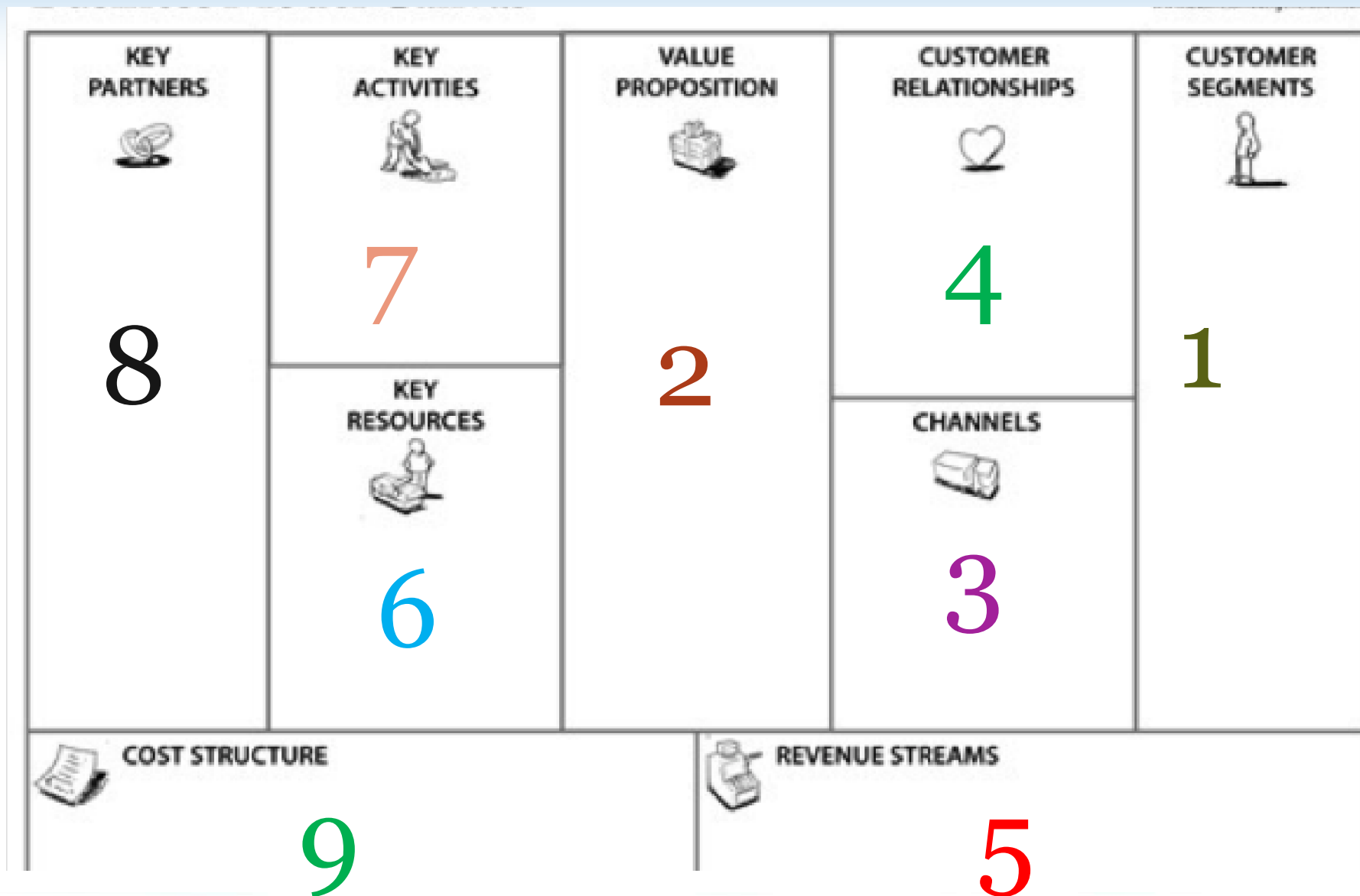
REVENUE STREAMS

- Penjualan produk selai, dodol, dan syrup strawberry
- Kunjungan wisata ke tempat produksi Strawberry24

larinov



BUSINESS MODEL CANVAS





Thank You !

